

DAFTAR PUSTAKA

- Bostanshirin, Soheila. (2014). Online marketing: Challenges and opportunities. *International Conference of Social Sciences and Humanities*.
- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Chakti, Gunawan. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Digital Pt. Pt. Pelnicabang Makassar Dalam Meningkatkan Penjualan Tiket Melalui Situs Website Pt. Pelni. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 4(1), 170–177. <https://doi.org/10.33096/respon.v4i1.176>
- Effendy, Onong. Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, Ahmad. Rifqi., Andrianto, A., & Azhar, H. (2020). Perancangan Public Seating Dan Vending Machine Sebagai Fasilitas Pendukung Untuk Bike Parking Station. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).
- Firmansyah, Agus. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.
- Hidayat, Taufik. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bidang Pemasaran Digital. *Jurnal Abdimas Sosek (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Sosial Ekonomi)*, 3(2), 19-24.
- Harahap, Rizaldi. Taufan. (2021). *Binjai Smart City: Keterbukaan Informasi Publik Melalui Aplikasi-Musrenbang (Studi Desripti Kualitatif, Periode 2021)*. 32.
- Heryana A & Puspitaloka E. 2018. *Kajian Antrian Pendaftaran Pasien BPJS Di RSUD Kabupaten Tangerang*. Universitas Esa Unggul. Jakarta.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin. Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- M Gappar, A., Majid, A., & Zelfia, Z. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pt. Pt. Pelnicabang Makassar Dalam Meningkatkan Penjualan Tiket Melalui Situs Website Pt. Pelni. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 4(1), 170–177. <https://doi.org/10.33096/respon.v4i1.176>
- Puspita, Ayu. (2019). Strategi Personal Branding Denny Santoso. *Jurnal Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtasaya*. <https://eprints.untirta.ac.id/1314/1/Skripsi>. Strategi Personal Branding Denny Santoso - Copy.pdf
- Pasaribu, C. Y. (2021). *Strategi Komunikasi Bimbingan Belajar Tentor Bandung Melalui Program Star Class* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

- Purbaningsih, Y., Putri, S. E., Bangkara, B. A., Nurofik, A., & Zahari, M. (2022). Understanding the AIDA Model in Marketing Small Business in the Digital Age: Opportunities and Challenges. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 19978-19989.
- Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Shimp, A. 2014. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Jakarta: CV Alfabeta.
- Tambunan, A., Friska, J., Yusuf, M. D., Hanani, N., Thomas, R., Serena, R., Fransiskus, R., & Asmara, R. W. (2022). Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKMd Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat melalui Pelatihan Strategi Pemasarandengan Menggunakan Aplikasi E-Commerce. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 1(4), 63–76.
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Virgioni, D., Manullang, R. R., & Panjaitan, F. (2020). Analisis Pengaruh Konsep Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Periklanan; Studi Kasus Pada Pt. Tommino Inti Prima Pangkalpinang. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 7(2), 83-92.
- Virgioni, D., Manullang, R. R., & Panjaitan, F. (2020). Analisis Pengaruh Konsep Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Periklanan; Studi Kasus Pada Pt. Tommino Inti Prima Pangkalpinang. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 7(2), 83-92.
- Wijayanto, H., & Harsadi, P. (2021). Modul Transformasi Digital. *Kampus Merdeka*, 1–116.
https://eprints.sinus.ac.id/780/1/Modul_Transformasi_Digital.pdf.
- Wibowo, LA, Priansa, DJ. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Widiawati, K. E. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Umkm Indonesia Dalam Mempromosikan Produk (Studi Kasus Pada Umkm Bengok Craft Semarang)* (Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).